

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan skripsi mengenai kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah melalui transaksi *cross selling* pada PT. BNI Syariah KC Cilegon, maka penulis dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan, dengan nilai t_{hitung} 5,659 lebih besar dari t_{tabel} dengan nilai 1,66140. Menggunakan hasil pengujian dua arah dengan taraf signifikan 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, semakin baik kualitas layanan yang diberikan bank, maka semakin meningkat pula loyalitas nasabah melalui transaksi *cross selling*.
2. Terdapat pengaruh 0,256 atau 25% melalui uji koefisien determinasi (R^2). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah pada PT. BNI Syariah KC Cilegon yaitu sebesar 25% sedangkan sisanya sebesar 75% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diketahui dan tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Adapun, berdasarkan hasil uji koefisien korelasi (R) antara

kualitas layanan dengan loyalitas nasabah melalui transaksi *cross selling* pada PT. BNI Syariah KC Cilegon terdapat hubungan sebesar adalah 0,506 terletak pada interval koefisien (0,40 - 0,599) yang berarti tingkat hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah melalui transaksi *cross selling* adalah sedang.

B. Saran

1. Bagi Pihak Bank

Penulis berharap Lembaga keuangan terkait agar lebih berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya baik kualitas produk atau kualitas layanan lain yang diberikan seperti menjunjung tinggi nilai-nilai islam dalam setiap kegiatannya, memperbaiki komunikasi dengan para nasabah, meningkatkan keamanan bagi nasabah dalam bertransaksi, memberikan jaminan bebas risiko, memberikan pemahaman produk atau fasilitas jasa Perbankan lainnya, memberikan kemudahan untuk setiap nasabahnya, berperilaku sopan, ramah tamah, dan tidak membeda-bedakan nasabah dalam memberikan pelayanannya.

Penulis berharap manajemen bank perlu mengkaji lebih dalam lagi mengenai kebutuhan dan keinginan nasabahnya

melalui karakteristik responden serta melakukan perubahan-perubahan lain yang dapat meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas nasabah lainnya, hal ini dilakukan agar nasabah tidak berpindah atau beralih ke perusahaan pesaing.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penulis berharap penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi kepada para peneliti selanjutnya dan apabila ditemukan kekurangan dan keterbatasan pada penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan serta perbaikan karena penelitian ini dibatasi pada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah melalui transaksi *cross selling* nasabah pada PT. BNI Syariah KC Cilegon. Maka peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk mengembangkan pada faktor lain diluar kualitas layanan yang juga mempunyai pengaruh dalam loyalitas nasabah. Sehingga diharapkan hasil penelitian tersebut dapat lebih menambah dan melengkapi khazanah keilmuan.

